# Le regioni italiane sui social media: a #BTO2015 i dati di Blogmeter

Nella stessa settimana in cui la **Regione Campania** è balzata agli onori della cronaca, accusata dal Corriere di - udite, udite - aver utilizzato fondi europei per una campagna di comunicazione su Facebook, succede invece che, a #BTO2015, **Vincenzo Cosenza** di Blogmeter presenti una ricerca sulle **performance degli account turistici delle regioni** sui social media. Una classifica dove la Campania turistica è così indietro che fare finalmente delle campagne di comunicazione online apparirebbe non solo normale, ma anche auspicabile.
Grazie al tool Social Analytics sono state analizzate le attività degli **account turistici ufficiali delle regioni** su Facebook, Twitter, Instagram nel periodo dal 1 agosto al 31 ottobre di quest'anno.
La prima evidenza che salta all'occhio è che rispetto al 2012 quasi tutti hanno abbracciato Facebook (95%) e Twitter (90%), ma ancora solo il 67% sta sfruttando il potenziale di Instagram.
Dei circa 28 mila contenuti prodotti il 66% è stato pubblicato su Twitter, il 31% su Facebook e solo il 3% su Instagram. Ma le interazioni stimolate da tali contenuti, oltre 2,8 milioni, solo per il 5% sono avvenute sul primo network, mentre l'84% è derivato da Facebook e un buon 11% da Instagram.
**Facebook**
Analizzando le pagine Facebook a seconda del numero di Local Fan (fan italiani) e del Total Engagement (cioè il totale delle interazioni generate dagli utenti sulla pagina) si ottiene una mappa di posizionamento che evidenzia i top player e quegli attori che stanno ancora sviluppando la propria presenza sul social network più popoloso.
Tra i leader **Visit Tuscany** è la pagina che è riuscita a raccogliere la community più ampia e a coinvolgerla adeguatamente (circa 450.000 fan che hanno generato oltre 500.000 interazioni). In termini di fan seguono Visit Sicily e Alto Adige da vivere, mentre per engagement **Visit Veneto** (284.000) e Visit Trentino (273.000). La media delle interazioni per post è di 460 tra like, commenti, condivisioni, ma il Veneto riesce a stimolare ben 2.300 interazioni medie per post e la Toscana 1.600.
La pagina del portale turistico campano **InCampania** neanche compare nelle classifiche, fermo a poco più di 6000 fan. Per cui appare semmai uno spreco che siano stati investiti soldi in campagne online solo per la comunicazione istituzionale (quindi la pagina ufficiale Facebook dell'ente regionale) e non per la comunicazione turistica.

Anche se le foto sono la forma più usata di contenuto, il post che ha avuto più successo è un video di Friuli Venezia Giulia Turismo che ha ottenuto oltre 18.500 interazioni.

**Twitter**

Sul network dei 140 caratteri i leader in termini di follower acquisiti sono **Marche** (oltre 73.500), Emilia Romagna (39.000) e **Puglia** (21.000). Per capacità di coinvolgimento svettano Visit Lazio (27.100 tra like, retweet, mention), le Marche (20.300 interazioni) e l'Emilia Romagna (12.700).

Qui la media delle interazioni per post è molto bassa: 9 interazioni per tweet pubblicato. La mole dei contenuti postati (qualcosa come 300 al mese) incide su questo scarso dato di coinvolgimento, ma anche una generale difficoltà di interessare gli utenti di Twitter. Si pensi che i tweet più virali, di Visit Lazio e Viaggiare in Puglia, collezionano rispettivamente 167 e 144 interazioni.

Interessante notare che gli hashtag più usati dalle regioni sono i nomi delle stesse, mentre gli utenti, quando citano gli account turistici, preferiscono citare le singole iniziative, evidentemente considerate più coinvolgenti. Tra le più citate #Lazioisme e #DestinazioneMarche.

**Instagram**

Visit Tuscany primeggia anche sulla community delle immagini. E' riuscita ad acquisire oltre 18.200 follower, distanziando Visit Veneto, We Are in Puglia e Marche Tourism prossimi al traguardo dei 10.000, e a generare oltre 106.300 interazioni (somma di like e reply). Seguono Visit Veneto (50.600 interazioni), Marche Tourism (30.000), Turismo in Liguria (25.300) e Visit South Tyrol (24.900). Più alta di Twitter la media delle interazioni per singolo post: 278. I contenuti più apprezzati sono le foto della Toscana che arrivano a totalizzare oltre 1.500 interazioni.

**Social caring**

Il social caring è ancora un'occasione poco sfruttata. Su Facebook la media delle risposte date alle domande in bacheca è di 47 con un tempo di risposta medio di 34 ore e 27 minuti. I più veloci sono il Trentino (17 ore) e l'Alto Adige (21 ore).  Su Twitter le risposte date alle menzioni pubbliche è di 37 mentre i tempi di risposta medi scendono a 12 ore e 40 minuti. I più veloci sono il Lazio (1 ora e 10 minuti) e la Sicilia (1 ora e 48 minuti).